

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “**Strategi Komunikasi Pemasaran Lasting Cloth melalui Facebook**”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dari Lasting Cloth yang memanfaatkan facebook sebagai saran untuk menaikkan produk lokalnya sampai ke target pasarnya.

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Teori yang digunakan adalah teori komunikasi pemasaran dari *Kotler & Armstrong*. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini seperti studi kepustakaan, wawancara secara mendalam, dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah didapat dilapangan, strategi pemasaran ini membuat Lasting Cloth berhasil dengan memanfaatkan facebook untuk membagikan iklan. Penawaran penjualan produknya dan menjalin komunikasi dengan memberikan pelayanan yang baik menunjukkan keuntungan yang cukup optimal. Hal tersebut menjadikan brand Lasting Cloth mampu merambak bisnis online dengan ciri khas yang dimiliki oleh Lasting Cloth agar bisa bersaing dibisnis era digital saat ini.

Saran dari penelitian ini mengenai strategi komunikasi pemasaran Lasting Cloth harus bisa memperluas marketnya lewat platform yang lain. Membuka offline store agar menaikkan kepercayaan dan ketertarikan karena terbukti dari kualitas Lasting Cloth secara langsung.

Kata kunci : Komunikasi Pemasaran, Lasting Cloth, Facebook, Penjualan Produk.

ABSTRACT

This research is entitled "**Lasting Cloth Marketing Communication Strategy through Facebook**". This research was conducted to find out how the marketing strategy of Lasting Cloth uses Facebook as a suggestion to increase its local products to its target market.

This research method uses qualitative methods. The theory used is the theory of marketing communication from Kotler & Armstrong. Data collection techniques used in this study such as literature study, in-depth interviews, and documentation.

Based on the results of research that has been obtained in the field, this marketing strategy makes Lasting Cloth successful by using Facebook to share ads. Offering sales of their products and establishing communication by providing good service shows a fairly optimal profit. This makes the Lasting Cloth brand able to penetrate online business with the characteristics possessed by Lasting Cloth so that they can compete in the current digital era business.

Suggestions from this research regarding Lasting Cloth's marketing communication strategy should be able to expand its market through other platforms. Opening an offline store to increase trust and interest because it is proven by the quality of Lasting Cloth directly.

Keywords: Marketing Communication, Lasting Cloth, Facebook, Product Sales.

RINGKESAN

Ieu panalungtikan dijudulan “**Strategi Komunikasi Pemasaran Kain Awéwé ngaliwatan Facebook**”. Ieu panalungtikan dilaksanakeun pikeun mikanyaho kumaha stratégi pamasaran Lasting Cloth ngagunakeun Facebook minangka saran pikeun ngaronjatkeun produk lokalna kana sasaran pasarna.

Ieu métode panalungtikan ngagunakeun métode kualitatif. Téori anu digunakeun nyaéta tiori komunikasi pamasaran ti Kotler & Armstrong. Téhnik ngumpulkeun data anu digunakeun dina ieu panalungtikan saperti studi pustaka, wawancara mendalam, jeung dokuméntasi.

Dumasar kana hasil panalungtikan anu geus dimeunangkeun di lapangan, strategi marketing ieu ngajadikeun Lasting Cloth suksés kalayan ngagunakeun Facebook pikeun ngabagi iklan. Nawiskeun penjualan produkna sareng ngadegkeun komunikasi ku cara nyayogikeun jasa anu saé nunjukkeun kauntungan anu cukup optimal. Hal ieu ngajadikeun merek Lasting Cloth bisa nembus bisnis online kalawan ciri-ciri anu dipiboga ku Lasting Cloth sangkan bisa bersaing dina bisnis jaman digital ayeuna.

Saran tina ieu panalungtikan ngeunaan strategi komunikasi pamasaran Lasting Cloth kudu bisa ngalegaan pasarna ngaliwatan platform séjénna. Muka toko offline pikeun ningkatkeun kapercayaan sareng minat sabab dibuktikeun ku kualitas Kain Awét sacara langsung.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Kain Awét, Facebook, Penjualan Produk.